

**APROXIMAÇÕES ENTRE MÚSICO “INDEPENDENTE”,
CULTURA DIGITAL E EMPREENDEDORISMO**

**Approximations between “independent” musicians,
digital culture and entrepreneurship**

**Aproximaciones entre músico “independiente”,
cultura digital y emprendimiento**

Luis Fernando Lazzarin¹

Resumo:

Neste texto, apresentamos alguns resultados obtidos no projeto de pesquisa “Empreendedorismo de si, cultura digital e processos criativos: modos de ser músico profissional a partir da pandemia COVID-19”, no qual analisamos, sob a perspectiva teórico-metodológica dos Estudos Culturais (HALL, 1997), as estratégias operadas por músicos independentes (CERQUEIRA, 2017; GALLETTA, 2018; VICENTE, 2010; NAKANO, 2006) do Rio Grande do Sul para desempenhar suas atividades em diferentes espaços de atuação profissional. Tratamos da produção de modos de ser músico independente na interface de dois imperativos contemporâneos: a cultura do empreendedorismo (CERQUEIRA, 2017; GADELHA COSTA, 2009) e a cultura digital (STALDER, 2021; BORTOLAZZO, 2020; JENKINS, 2009). Além disso, objetivamos analisar como os músicos compreendem a si próprios em suas atividades profissionais e como conduzem suas carreiras. Junto ao autodidatismo, há uma rede significativa de conhecimentos e habilidades, na forma de auxílio mútuo e de permuta de serviços. A atuação dá-se em meio a certa instabilidade e incerteza quanto às atividades profissionais e, ao mesmo tempo, exige que o músico invista, muitas vezes sem uma orientação especializada, na própria formação e na aquisição de habilidades e competências para desempenhar suas atividades, cada vez mais mediadas pelas tecnologias de produção audiovisual e de comunicação digital. Além disso, o músico busca produzir de forma autoral, imprimindo sua marca e uma identidade própria em sua produção musical, mas simultaneamente precisa encarar o

dilema de produzir, quase ininterruptamente, conteúdos consumíveis, em função dos interesses concorrenciais do mercado.

Palavras chave: Cultura digital. Empreendedorismo. Músico independente.

Abstract:

In this text, we present some results obtained from the research project called “Entrepreneurship of the self, digital culture and creative processes: ways of being a professional musician since the COVID-19 pandemic”, in which we analyzed, from the theoretical-methodological perspective of Cultural Studies (HALL, 1997), the strategies executed by independent musicians (CERQUEIRA, 2017; GALLETTA, 2018; VICENTE, 2010; NAKANO, 2006) from Rio Grande do Sul to perform their activities in different settings of professional performance. We addressed the production of ways of being an independent musician at the interface of two contemporary imperatives: the culture of entrepreneurship (CERQUEIRA, 2017; GADELHA COSTA, 2009) and the digital culture (STALDER, 2021; BORTOLAZZO, 2020; JENKINS, 2009). Furthermore, we aimed to analyze how musicians understand themselves in their professional activities and how they conduct their careers. Along with self-education, there is a significant network of knowledge and skills, in the form of mutual assistance and exchange of services. Their performances take place amidst a certain instability and uncertainty regarding professional activities and, at the same time, require the musicians to invest, often without specialized guidance, both in their own training and in the achievement of skills and competencies to carry out their activities, increasingly mediated by audiovisual production and digital communication technologies. Moreover, musicians attempt to produce in an authorial way, by imprinting their mark and their own identity on their musical production, but they simultaneously need to face the dilemma of producing, almost uninterruptedly, consumable content, depending on the competitive interests of the market.

Keywords: Digital culture. Entrepreneurship. Independent musicians.

Resumen:

En este texto presentamos algunos resultados obtenidos en el proyecto de investigación “Emprendimiento de sí, cultura digital y procesos creativos: formas de ser músico profesional a partir de la pandemia COVID-19”, en el que analizamos, desde la perspectiva teórico-metodológica de Estudios Culturales (HALL, 1997), las estrategias operadas por músicos independientes (CERQUEIRA, 2017; GALLETTA, 2018; VICENTE, 2010; NAKANO, 2006) de Rio Grande do Sul para desarrollar sus actividades en diferentes espacios de actuación profesional. Abordamos la producción de formas de ser músico independiente en la interfaz de dos imperativos contemporáneos: la cultura del emprendimiento (CERQUEIRA, 2017; GADELHA COSTA, 2009) y la cultura digital (STALDER, 2021; BORTOLAZZO, 2020; JENKINS, 2009). Además, pretendemos analizar cómo los músicos se entienden a sí mismos en su actividad profesional y cómo conducen su carrera. Junto al autodidactismo, existe una importante red de conocimientos y habilidades, en forma de asistencia mutua e intercambio de servicios. La interpretación se desarrolla en medio de una cierta inestabilidad e incertidumbre respecto de las actividades profesionales y, al mismo tiempo, exige que el músico invierta, muchas veces sin orientación especializada, en su propia formación y en la adquisición de habilidades y competencias para el desempeño de sus actividades, cada vez más mediadas por las tecnologías de producción audiovisual y de comunicación digital. Además, el músico busca producir de manera autoral, imprimiendo su marca y su propia identidad a su producción musical, pero simultáneamente necesita enfrentar el dilema de producir, casi ininterrumpidamente, contenidos consumibles, en función de los intereses competitivos del mercado.

Palabras clave: Cultura digital. Emprendimiento. Músico independiente.

Neste texto, apresentamos alguns resultados obtidos no projeto de pesquisa “Empreendedorismo de si, cultura digital e processos criativos: modos de ser músico profissional a partir da pandemia de COVID-19”, no qual analisamos, sem pretender esgotar o tema, as estratégias operadas por músicos para desempenharem suas atividades nos diferentes espaços de atuação profissional. Além disso, objetivamos analisar como os músicos compreendem a si próprios em suas atividades profissionais e como conduzem suas carreiras. Tratamos da produção de modos de ser músico na interface de dois imperativos contemporâneos: a cultura do empreendedorismo e a cultura digital.

A abordagem teórico-metodológica aqui utilizada pressupõe que a linguagem constitui a realidade e a maneira como damos sentido às coisas. Assim, examinamos como a linguagem assume um papel central na cultura e na produção de diferentes e variados modos de ser. Ao nomear e caracterizar de uma ou outra forma aqueles que participam desta ou daquela prática cultural, a linguagem ao mesmo tempo os inventa, ou seja, a “realidade” é resultante de uma ação produtiva operada pela linguagem, e o significado “surge não das coisas em si – a ‘realidade’ – mas a partir dos jogos de linguagem e dos sistemas de classificação nos quais as coisas são inseridas” (HALL, 1997, p. 12).

A essa prática da linguagem, que nomeia ao mesmo tempo em que produz significados e cria verdades sobre algo, atribui-se o nome de *discurso*. O termo *discurso* “refere-se tanto a essa prática da linguagem que produz conhecimento através da representação, quanto ao modo como o conhecimento é institucionalizado, modelando práticas sociais e pondo novas práticas em funcionamento” (HALL, 1997, p. 27). A linguagem manipula sistemas de representação, isto é, utiliza signos e símbolos para representar conceitos, ideias ou sentimentos. Esses símbolos podem ser sons, notas musicais, imagens eletrônicas, palavras ou fórmulas matemáticas, por exemplo. Isso significa dizer que, embora os objetos existam de forma “real” ou “concreta”, seu significado só se estabelece nos jogos de linguagem em que são inseridos (HALL, 1997). Ao conjunto desses processos de produção, circulação e consumo da significação na vida social, damos o nome de *cultura*.

Consideramos que nem tudo é discurso, mas tudo tem algo de discursivo, assim como nem tudo é cultura, mas tudo tem algo de cultural. Nesse sentido, “cada instituição ou atividade social gera e requer seu próprio *universo* distinto de significados e práticas — sua própria cultura” (HALL, 1997, p. 13, grifos do autor). Podemos, assim, falar da “cultura do empreendedorismo” ou da “cultura digital” como diferentes universos de significados e práticas que emergem nesses dois âmbitos da atividade humana. Finalmente, é importante mencionar que a maneira como cada

grupo considera o que tem (e o que não tem) significação e relevância cultural está inseparavelmente imbricada com relações de poder (VEIGA-NETO, 2000).

Assim, o termo *cultura* tem a ver com a produção e o compartilhamento de significados e de sentidos que atribuímos à realidade que nos cerca. A cultura é uma arena onde se dão a disputa e a negociação por significados e sentidos entre grupos que ocupam diferentes posições em meio a relações de poder e de saber, produzindo subjetividades – como descrevemos a nós mesmos, como contamos nossa própria história, como julgamos nossas atitudes e conduzimos nossas vidas; nossas escolhas e decisões; nossas opções e preferências por consumir isto ou aquilo, por determinar o que é adequado e respeitável e o que é repulsivo e evitável; nossas identificações e pertencimentos a determinados grupos ou comunidades; o que é bom ou ruim; o que é bonito e o que é feio. Todas essas decisões são atravessadas pela cultura.

É a cultura que nos dá os limites e as condições de possibilidade para habitarmos o mundo (STALDER, 2020). Sob essa perspectiva, a subjetividade não pressupõe uma entidade fixa ou inata, mas algo que é continuamente produzido por contextos históricos e culturais. Em vez de autor soberano da história, o sujeito passa a ser compreendido em meio à cultura e às relações de poder e saber operadas dentro dela. Esta análise debruça-se sobre os processos de produção de subjetividade, o que abre novas possibilidades para entender a complexidade da experiência humana e reconhecer a diversidade das formas de ser no mundo.

Assim, entendemos que a pesquisa coloca em movimento um processo metodológico definido em seu próprio desenrolar. Consideramos que, em pesquisa qualitativa, nenhuma metodologia pode ser privilegiada e empregada com garantias de respostas totalizantes e definitivas às questões dos contextos investigados (CORAZZA, 2007). Esse posicionamento metodológico não deve ser interpretado como falta de rigor ou de sistematicidade científica. Lidar com a subjetividade – eminentemente histórica e cultural – aumenta nosso compromisso com as análises de fenômenos que não podem ser reproduzidos, controlados e quantificados como em um experimento de laboratório – padrão de validação do conhecimento para as Ciências Experimentais que por muito tempo se estendeu para o conjunto das Ciências. Estamos atentos a essa situação, que afeta a pesquisa qualitativa e vem sendo objeto de disputa ao longo da história da ciência.

Em nossas atividades de pesquisa (LAZZARIN; LARRUSCAIN, 2018) (LAZZARIN; ALVARES, 2022), observamos que muitos profissionais da área de música, no estado do Rio Grande do Sul, exerciam duas ou mais funções. Em muitos casos, eles atuavam como professores particulares ou de escolas de música; produtores musicais; compositores/produtores de trilha sonora para audiovisual e/ou publicidade; regentes; administradores de projetos sociais; técnicos

de som em estúdios e espetáculos ao vivo; instrumentistas de festivais e de orquestra; *free-lancers* em *shows* e gravações. Os músicos profissionais, por escolha ou por necessidade, circulavam em várias frentes de trabalho e são interpelados por diferentes modos de ser.

A flexibilidade na atuação do músico, observada por Requião (2010), consistiria em desempenhar outras atividades profissionais, além daquela específica originalmente escolhida para atuar na cadeia produtiva da música. O artista atua também como empresário (de si e de outros músicos), técnico de estúdio ou produtor, por exemplo. Esse processo seria caracterizado pela substituição da figura do músico trabalhador pela do microempreendedor individual. Ocorreria o “acirramento na precarização das relações de trabalho, e, tal qual nos demais setores produtivos, os músicos estão à deriva, entregues a um mar de incertezas” (REQUIÃO, 2020, p. 23). Os músicos não estariam mais se enquadrando em um único modelo profissional, passando a atuar em mais de uma área da cadeia produtiva da música (como professores, técnicos de som, arranjadores, empresários), desenvolvendo competências variadas e expandindo as possibilidades de atuação profissional para fazer frente às exigências de um processo produtivo de acumulação flexível (REQUIÃO, 2010).

Convivemos com muitos músicos profissionais há algum tempo e de modo muito próximo, seja em apresentações conjuntas, seja em cursos e eventos musicais e de formação no estado do Rio Grande do Sul, durante os anos de 2022 e 2023, nos quais coletamos uma quantidade significativa de dados mediante observação e entrevistas. Entrevistamos dez músicos profissionais, utilizando um roteiro de entrevista com quatro blocos de interesse: 1) contatos iniciais com a música e início de carreira; 2) principais atividades em que atua com música e as dificuldades que percebe como músico independente; 3) atuação em redes sociais; 4) dificuldades enfrentadas com relação à tecnologia em sua atuação profissional. Como dissemos no início, neste texto, apresentamos alguns resultados parciais a partir dessa volumosa coleta de dados. Devido aos limites desta escrita, nosso esforço concentra-se em apresentar uma visão geral e abrangente daquilo que nos parece relevante em nossos achados de pesquisa.

No decorrer da pesquisa, tivemos oportunidade de perceber não apenas o que os músicos pensam da atividade que escolheram profissionalmente, mas também como atuam, seus questionamentos, angústias, incertezas e dificuldades na atuação profissional, que recrudesceram no período da pandemia de COVID-19. Uma vez que a suspensão das atividades presenciais se impôs, houve necessidade de os músicos desenvolverem alternativas para adaptar-se à nova realidade, mediada pelas tecnologias digitais. Assim, a forma muito própria como cada um deles atua profissionalmente nesse contexto pós-pandêmico pareceu-nos bastante peculiar, provocando-nos o interesse em investigá-la. À margem de um circuito “comercial” de produção

musical, sem atingir um público de massa, mas mantendo uma audiência própria, os músicos atuam de modo capilar na composição e produção musical independente.

A expressão “independente” pode designar tanto o músico que produziu seu CD ou EP em um *home studio*, quanto as empresas gravadoras de menor porte que se diferenciam das grandes companhias multinacionais do setor. Para Vicente (2006, p. 17) “compreender melhor essas diferenças talvez nos auxilie a ter uma visão mais clara das relações de força que parecem estar se estabelecendo no setor”. A produção musical independente vem sendo afetada positivamente, no primeiro sentido citado, pelo acesso às tecnologias de produção cada vez mais disseminado e pela possibilidade de distribuição via Internet, o que possibilitou “o surgimento da figura do artista-empresário, e mais ainda, permitiu que parte da produção musical fluísse de forma espontânea e descentralizada em nichos de mercado, criando públicos e artistas à margem do *mainstream*” (NAKANO, 2010, p. 11). Segundo o autor, a popularização e a disseminação do uso de computadores pessoais e de DAWS² permitiram a propagação dos *home studios*, que produzem música com qualidade aceitável e custos reduzidos para o mercado. Como resultado, a cena independente apresenta ao público uma música feita por uma grande quantidade de artistas de excepcional qualidade e de estéticas variadas (SANTANA, 2020).

Para Faraco (2020), há dois vieses de significado derivados da expressão *músico independente*. O primeiro viés diz respeito às circunstâncias e contingências de produção musical por caminhos alternativos aos das grandes gravadoras (*majors*). Esses caminhos são buscados por aqueles que não dispõem dos meios de acesso que artistas consagrados possuem ou por quem deseja experimentar práticas de gestão alternativas às do modelo fonográfico da grande indústria. O segundo viés corresponde ao sentido ético do termo *independente*, quando considerados os elementos de constituição histórica do setor musical, que incorporam uma qualidade abstrata, associada a representações de transgressão, inovação e contraposição ao *status quo*. A música independente teria uma vocação de pureza musical e de refinamento artístico, em comparação com a música mercantilizada que visa ao lucro. Há que se notar, portanto, que o que está em jogo na conceituação de “independente” é a disputa por distinção entre diferentes agentes que ocupam diferentes posições no território simbólico da cultura e que se relacionam com “uma fração de classe dominante e privilegiada, em razão de um capital cultural específico, que também é econômico” (CERQUEIRA, 2017, p. 139).

O desenvolvimento tecnológico, a evolução técnica das empresas do setor e o crescimento dos mercados e de suas instituições são fatores que explicam os movimentos de desverticalização das empresas. Quando investimentos e riscos eram altos e a disseminação de competências no setor era baixa, as empresas verticalizavam-se em forma de grandes

conglomerados industriais. Quando, por outro lado, o desenvolvimento tecnológico reduziu investimentos, o crescimento do mercado diminuiu riscos e as competências técnicas se disseminaram no setor, “criaram-se condições para a externalização das atividades” (NAKANO, 2010, p. 629). Na atualidade, os formatos digitais distribuídos pela Internet prescindem tanto de um suporte físico (um LP, um CD, uma fita cassete, por exemplo), quanto de canais específicos de distribuição (como lojas físicas especializadas), substituídos pela alternativa virtual, de baixo custo, com a troca de arquivos digitais via Internet.

Esse panorama faz pensar que a atuação dos músicos profissionais seja de certa instabilidade e incerteza, relacionadas às atividades profissionais e aos respectivos investimentos que o músico precisa fazer constantemente em si mesmo para manter-se atualizado e competitivo. Ao mesmo tempo, o músico tem que investir, muitas vezes individualmente e sem orientação especializada, na própria formação e na aquisição de habilidades e competências para desempenhar suas atividades, cada vez mais mediadas pelas tecnologias de produção audiovisual e de comunicação digital.

Para Galletta (2018), o artista musical contemporâneo, especialmente no cenário independente, é um exemplo emblemático da versatilidade e da adaptabilidade necessárias na era pós-digital. Com a evolução da economia e das dinâmicas socioculturais, esse artista frequentemente assume múltiplas funções, que transcendem a criação artística, abrangendo a gestão de carreira, o marketing digital, a produção de conteúdo e até mesmo a engenharia de som. Essa multiplicidade de papéis reflete uma mudança não somente no ofício musical, mas também no mercado de trabalho, no qual a capacidade de gerenciar diversas habilidades é cada vez mais valorizada. Assim, o artista independente de hoje é, de fato, um polímata moderno, cuja sobrevivência e sucesso dependem de sua habilidade em navegar por um ambiente profissional complexo e em constante mudança. “Este novo artista da música tem, realmente, que ‘se virar’, para dar conta das diversas e crescentes demandas inerentes à sua condição” (GALLETTA, 2018, p.134).

Ainda segundo o autor, a jornada do artista independente é marcada por dedicação constante e multifacetada, exigindo-lhe a gestão de sua carreira e a busca por visibilidade no cenário artístico, além do compromisso inabalável com o aperfeiçoamento de sua técnica e expressão artística. Esse esforço contínuo é ainda mais desafiador em um ambiente musical saturado pela digitalização, onde a atenção do público é um recurso escasso e a competição é acirrada. Apesar desses obstáculos, muitos artistas encontram maneiras inovadoras de destacar-se e de conectar-se com seu público, utilizando as ferramentas digitais para criar interação e fazer

divulgação de seus trabalhos e demonstrando que a paixão e a resiliência podem abrir caminhos no vasto universo musical.

De toda maneira, a discursividade produzida pela cultura do empreendedorismo extrapolou o âmbito da Economia e da Sociologia, atingindo o senso comum de nossa época e tornando-se imperativa. Essa perspectiva de que é preciso investir sistemática e constantemente em si próprio, tendo em vista a ampliação do espectro de oportunidades de atuação profissional e o consequente aumento ideal de rendimentos, é veiculada e celebrada ostensivamente pela mídia e assumida por setores da economia, pelos governos e por grande parte da população como (talvez) o único jeito de escapar da crise econômica e de superar os desafios do desenvolvimento. Ou seja, a cultura do empreendedorismo torna-se um imperativo de sobrevivência. Com alguns valores econômicos – proatividade, flexibilidade, inovação, senso de oportunidade – disseminando-se para outros domínios da vida social, ocorre a normatização de processos e políticas de subjetivação, em que os sujeitos de direitos são transformados e se autocompreendem como indivíduos-microempresas, em meio a relações concorrenciais de mercado (GADELHA COSTA, 2009).

Concordamos com Cerqueira (2017) quando diz que o empreendedorismo exercido pelos músicos profissionais apresenta ambiguidade de sentido: ao mesmo tempo, a liberdade e a autonomia para gerir a própria carreira são confrontadas com as incertezas e intermitências da atuação profissional e o aumento do volume de trabalho, sem a remuneração adequada. Desse modo, como criatividade e liberdade estão associadas a representações da atividade artística (e musical), o trabalho dos músicos torna-se modelar, nessa discursividade empreendedora, “como laboratório de flexibilidade em uma economia política das incertezas” (CERQUEIRA, 2017, p. 207). Contudo, ainda segundo a autora, se o empreendedorismo de si se apresenta como uma alternativa de sobrevivência e como uma via de resistência artística e profissional, não há como negar que o trabalho dos músicos padece de estabilidade financeira, sendo atingido também pelo processo global de precarização do trabalho.

O discurso do empreendedorismo, exaltando a autonomia, a flexibilidade e a liberdade, é incorporado pela indústria cultural e pela economia criativa, que “testemunham o avanço do capital sobre o trabalho de uma forma sem precedentes. Tornar-se empreendedor, nesse sentido, é parte do processo de invisibilização do conflito entre capital e trabalho” (CERQUEIRA, 2017, p. 162). Como efeito desse processo, emerge um músico que lida com constante ambivalência em sua atividade profissional: enquanto investe em si próprio, com abertura para uma gama de possibilidades de atuação profissional sob a discursividade empreendedora, também enfrenta a incerteza de oportunidades de atuação, a precarização de sua atividade e o aumento do volume de

trabalho. Como os músicos respondem a esses imperativos de competitividade empreendedora e de presença constante nas redes sociais? As estratégias que respondem a essa pergunta são variadas. Abaixo, trazemos dois exemplos.

Um dos músicos entrevistados, Roberto, tem atividade profissional extremamente diversificada: formado em História, pós-graduado em Educação Musical e História do Brasil e músico autodidata, possui escola de música, onde também é professor de vários instrumentos, é professor do município, atua em seu quarteto, que faz releituras de músicas brasileiras, e ainda trabalha com produções por meio do Collab Project³, com músicos de outras cidades do Brasil, fazendo releituras de clássicos do *rock*. Nessas produções, de maneira colaborativa com outros músicos integrantes do Projeto, faz edição de áudio e vídeo, cria e executa os arranjos. Também já foi *endorser*⁴ dos Cabos Golden de 2014 até 2016. Essa parceria foi feita após seu canal do YouTube chegar à marca de nove mil inscritos. O canal disponibiliza aulas e dicas para quem é iniciante e intermediário em improvisação. O músico diz que pretende cursar a licenciatura em Música antes de completar 40 anos, pois assim terá condições de prestar concurso para professor efetivo do município e, depois, tendo renda fixa e garantida, poderá dedicar-se aos diversos projetos musicais que desenvolve. Já lançou cursos e métodos *online*, disponibilizados e vendidos pela plataforma Hotmart, com mais de 200 alunos em todo o Brasil. Além disso, foi produtor cultural e diretor de cultura de um município de médio porte, sendo organizador de festivais de música, feiras do livro e diversos projetos ligados à cultura no município.

Outro entrevistado, Francisco, músico experiente com mais de 40 anos de carreira, é professor de canto e de violão – atuação que lhe proporciona a maior parte de sua renda –, presencialmente e via Internet, com alunos no Brasil e no exterior. Iniciou como músico em bares, restaurantes e eventos, mas vem diminuindo a frequência dessa atividade e desde 2006 atua como produtor musical. É multi-instrumentista e tem vários CDs e EPs solo ou em parceria com outros compositores de todo Brasil. Com o início da pandemia, em 2020, seu *home studio* (até então usado para algumas pré-produções) foi incrementado para poder gravar, editar e mixar áudios, com qualidade suficiente para lançamentos digitais. Ainda em 2021, o músico produziu e lançou um álbum digital onde apresenta canções que compôs sobre versos de poetas mineiros. Nesse álbum, também executou todos os instrumentos. Participa de coletivos de música e projetos contemplados pela Lei Aldir Blanc, além de turnês por Uruguai, Argentina, Alemanha, Bélgica e Holanda. Nunca fez nenhum curso de produção de áudio, tendo aprendido a produzir suas próprias canções. Hoje, além de projetos próprios, produz canções de outros artistas, para lançamentos digitais, músicas para trilha de vídeos e publicidade.

Green (2012) enumera algumas características das práticas informais de aprendizagem musical de músicos populares, também percebidas em nossas investigações: atitude autodidata; prática em conjunto; escolha de um repertório familiar com o qual se identificam fortemente; forma de aprender muito particular, desordenada e subjetiva, sempre em contato com o mundo da música; prática do “tirar de ouvido”. A interação com outros músicos torna-se uma oportunidade de transmissão de conhecimentos musicais, mediante observação, escuta e imitação entre os músicos. Nas práticas musicais em conjunto, seja em ensaios ou no palco, “existe uma integração entre apreciação, execução, improvisação e composição, com ênfase na criatividade” (GREEN, 2012, p. 68).

Podemos dizer, a partir de nossa investigação, que esses processos de atuação e aprendizagem, não só musical, como também em áreas conexas de produção musical e de gerência da carreira, permanecem durante toda a vida profissional do músico, em um sentido circular e colaborativo, que se retroalimenta em todas as suas dimensões. O músico não se recusa a prestar auxílio ao colega de profissão porque sabe que, quando precisar de algum apoio, poderá recorrer ao colega da mesma maneira, muito embora, segundo Gatti (2015), haja o risco de que as redes colaborativas possam ser afetadas pelo viés empreendedor (e competitivo) dos músicos.

Para Beltrame (2018), o *home studio* representa um microcosmo de aprendizado colaborativo, no qual as posições de quem ensina e de quem aprende são substituídas por uma dinâmica de troca mútua. Nesse ambiente, os músicos compartilham conhecimentos e habilidades, valendo-se especialmente da flexibilidade, da intuitividade e da interatividade proporcionadas pela emergência do uso das DAWs. Colaborativamente, também testam possibilidades sonoras e composicionais de modo não linear e não hierarquizado.

Com relação aos músicos de nossa pesquisa, constatamos que, além de uma boa dose de autodidatismo, há uma rede de interação e de troca significativa de conhecimentos e habilidades em forma de auxílio mútuo e de permuta de serviços. Quando o músico percebe que necessita de apoio mais especializado, principalmente no uso de tecnologia digital, a fim de melhorar a qualidade de sua produção e/ou a divulgação de seus materiais, recorre a um conhecido, com conhecimento especializado, ou a alguém indicado por um colega de profissão.

Manuel Castells (2019) advertiu que as tecnologias digitais podem ocasionar determinadas rupturas em nossa sociedade, com destaque às importantes dimensões da vida humana: tempo e espaço. De acordo com o autor, os lugares físicos são substituídos por espaços de fluxos, passando as concepções de passado, presente e futuro a interagir em um “tempo intemporal”. A sociedade estaria inserida em uma “cultura da virtualidade, na qual o faz de conta vai se tornando realidade” (CASTELLS, 2019, p.458). A par dos desafios que a sociedade contemporânea – condicionada por

tecnologias, como os computadores e a Internet – enfrentou nos últimos anos, foi possível observar que a vida cotidiana vem progressivamente sendo deslocada para um espaço virtual.

Nele, as interações entre as pessoas têm por base material as tecnologias digitais: equipamentos como *smartphones*, *tablets*, computadores pessoais e *smart TVs*, que utilizam aplicativos (WhatsApp, TikTok, Telegram), plataformas de vídeo e áudio em *streaming* (YouTube, Spotify, Deezer, Hotmart, Anchor) e redes sociais (Instagram, Facebook, Twitter). Por meio dessas tecnologias, é possível compartilhar áudios, vídeos gravados ou transmissões ao vivo, fotografias, *emojis*, textos. Essas tecnologias digitais vêm “moldando, significativamente, a maneira dos sujeitos conduzirem suas vidas, seja via comportamento, seja via consumo ou comunicação” (BORTOLAZZO, 2020, p. 375).

Essa imersão em práticas e aparatos tecnológicos digitais rapidamente produz modos de vida e de pertencimento próprios da contemporaneidade, ou seja, “as tecnologias digitais não só incitam as formas pelas quais o mundo é experimentado, habitado e vivenciado, mas produzem e são os próprios produtos da sociedade” (BORTOLAZZO, 2020, p.375). A pandemia de Covid-19 impôs a intensificação do pensar, do compreender e do atuar na cultura digital. O que era uma possibilidade tornou-se uma necessidade: criar um perfil nas redes sociais (Facebook, Instagram, LinkedIn, etc.), utilizar plataformas, como YouTube e Spotify, para postar produções em áudio e vídeo, ministrar aulas de música por videoconferência, ou ainda, transmitir performances em conjunto ou solo ao vivo (*lives*).

Há que se considerar que as tecnologias eletrônicas e o aperfeiçoamento das redes sociais, mais do que permitirem que as pessoas comuns atuem como consumidores de repertórios simbólicos, também propiciam que produzam conteúdos em diferentes formatos, os compartilhem e, em algumas condições, os modifiquem e conquistem seguidores. Essa é uma condição de possibilidade que permite a emergência de produtores de conteúdo, sendo possível sua remuneração. Nesse sentido, os músicos pesquisados também se referiram à produção de conteúdo na Internet como necessária e preocupante do ponto de vista da atuação profissional, já que requer presença quase ininterrupta nas redes sociais, planejamento e adaptação dos conteúdos a serem disponibilizados e estrutura de produção (acústica adequada, computador, microfones, placas de som e de vídeo, iluminação, instrumentos musicais, por exemplo) que lhes garanta uma qualidade aceitável.

Constatamos uma gama de aprendizagens cotidianas e capilarizadas que vêm sendo requeridas em diversas outras atividades, como, por exemplo: atuação em *performances*, *shows*, eventos e gravações de estúdio; produção, edição e veiculação de vídeos – YouTube, Instagram, Facebook – e de áudios para plataformas (Spotify, Anchor); elaboração de materiais didáticos para

aulas particulares e a respectiva divulgação pública (cursos *online*, videoaulas); participação em editais de financiamento à cultura. São áreas distintas que demandam um significativo investimento não só em aprendizados específicos, como também em equipamento de qualidade, geralmente de custo elevado (iluminação, mesa de edição e mixagem de som, microfones, por exemplo), para o desempenho adequado das atividades profissionais. A musicista Carolina comenta o fato de ter assumido múltiplas funções: “Então, foi muito legal para mim, assim, procurar mais, saber sobre como que um computador, um microfone, uma mesa de som, uma placa de áudio funciona, para que o vídeo fique o mais fiel possível àquilo que eu estou fazendo aqui na minha sala”. Observam-se, pois, um movimento na direção de maximizar a preparação para o mercado de trabalho e a tomada de atitudes que possibilitem o sucesso dos empreendimentos aos quais os músicos se dedicam. Imerso na cultura digital, o músico avalia as possibilidades e apropria-se do que lhe é conveniente, em uma busca constante pela melhor oportunidade de atuação, o “que envolve a existência de interatividade, conectividade e relações entre homens, informações e máquinas” (BORTOLAZZO, 2020, p. 375).

Percebe-se que os músicos estabelecem uma rede de troca de saberes e de apoio mútuo, seja em questões técnicas de composição ou execução, seja no que se refere à operação de equipamentos e de DAWs de produção musical. Nas palavras de Gabriela, uma das entrevistadas: “Então, [eu] que era cantora e compositora, agora [tenho] que ser produtora [...] tem que ter uma imagem bem montada e [...] tem que entender de tecnologia de engajamento, sabe?”. Por isso, a entrevistada pediu ajuda a um colega sobre quando postar: “Ele entende muito dessas coisas de transmissões de *live* e de fazer propaganda e vinhetas para banda. Eu me comunico com ele para saber [os melhores] horários de engajamento”. Outra entrevistada, Denise, diz ter investido na candidatura a financiamento em editais da área da cultura: “tive que aprender também, eu não passei em algumas propostas. No começo, não fazia ideia de como fazer, aí, comecei a aprender, tentei escrever e passei em alguns”. Ela também relata que um de seus projetos foi aprovado em edital graças à ajuda de colegas com mais experiência e de uma amiga professora universitária.

De acordo com Galletta (2018), a independência experimentada pelos músicos ao gerirem seus próprios projetos traz consigo uma interdependência do conjunto de artistas que comungam visões criativas, no sentido de que a colaboração é imprescindível para superar os obstáculos financeiros e incentivar a inovação. A troca de experiências, recursos e conhecimentos entre os artistas independentes fortalece a cena musical, bem como desafia o domínio da grande indústria fonográfica. Essa nova indústria da música é vista pelos independentes como vital para sua sobrevivência em longo prazo e seu crescimento. Essa afirmação é corroborada por nossa prática de pesquisa, na qual os músicos entrevistados mencionam, de uma forma ou de outra, o aspecto

colaborativo nas diversas interações profissionais. Conforme afirma o músico Daniel, “um músico aprende com o outro, não necessariamente com um ‘professor’ em uma escola. A relação é muito mais horizontal, de parceria”. Segundo a musicista Denise, “a gente fica roubando soluções de mixagem uns dos outros”.

Parece-nos que a grande questão emergida das conversas com os músicos profissionais gira em torno da declaração de um dos entrevistados: “Hoje, é a velocidade das coisas, é a velocidade da *timeline*, é a quantidade de acesso, é a possibilidade de cada um de produzir conteúdo e divulgar conteúdo, não é?”. Esse questionamento expõe uma preocupação que os entrevistados têm, de maneira mais ou menos explícita, com a nova “condição digital”, composta por três elementos: referencialidade, comunalidade e algoritmidade (STALDER, 2020, p. 9), cujo sentido explicitamos a seguir.

No ambiente digital, uma infinidade de informações compete pela atenção do usuário. É preciso selecioná-las, e essa seleção se dá nos níveis individual e, sobretudo, comunitário. Escolhas devem ser feitas, mesmo por via inconsciente e não autônoma. Nossa visão de mundo e nossa forma de agir emergem das escolhas que fazemos, das listas de preferências que organizamos e das informações que decidimos ignorar (STALDER, 2020).

Nossas escolhas, portanto, ocorrem com base em significados e parâmetros delimitados pela cultura, ou seja, coletivamente. As mídias sociais, além de permitirem que criemos nossos próprios filtros sobre o que escolher, possibilitam que nossas escolhas sejam compartilhadas e validam um modo de entendimento comum sobre o que tem ou não tem valor. Porém, elas também ampliam nossas possibilidades de escolha ao disponibilizarem a escolha dos outros. A visão de mundo que uma comunidade pode produzir é mais extensa, mais profunda que a visão de mundo de uma pessoa individualmente. “É somente na comunidade que a pessoa pode saber que sua seleção tem algum valor” (STALDER, 2020, p. 6).

Contudo, na cultura digital, nossas possibilidades de escolha são filtradas de acordo com as predeterminações dos algoritmos. Eles não só organizam e ordenam quais *posts* serão acompanhados no *feed* de notícias e na *timeline*, como também determinam isso com base nos perfis de interação (com quem você interage, as coisas que você curte, comenta e compartilha). Um algoritmo é um filtro computacional que organiza a miríade de informações disponíveis na Internet em formatos e tamanhos com que a cognição humana seja capaz de lidar, baseando-se, entre outros critérios, no rastreamento da frequência de nossas visualizações e compartilhamentos.

Essa possibilidade de seleção de conteúdos é citada por um dos músicos, que aponta como um desafio tornar-se visível aos algoritmos: “Agora, eu tenho que produzir conteúdo todo

dia, porque, se não apareço, eu morri; porque, se a vida está aí dentro, se eu não estiver ali, eu estou fora”. Assim, se o que nos é permitido visualizar e aquilo com que podemos interagir na Internet são o conteúdo que o algoritmo filtra para acessarmos, para tornar-se produtor de conteúdo, é necessário estar atento a esses elementos estruturais da condição digital, preocupação expressa no questionamento de Oliveira, um dos entrevistados: “Na correria que está aí, toda hora informação caindo na tua frente, passando na *timeline*, assim. Como é que tu seguras a atenção nesse cara aí, que está te seguindo?”.

Algumas respostas a esse questionamento são perceptíveis. Pode-se ter um “cartão de visita”, como nos diz em entrevista o músico Carlos, uma marca que identifique a presença sistemática nas redes. Trata-se de vídeos curtos ou de um portfólio em que o artista se apresenta e apresenta seu trabalho, dá dicas sobre execução de instrumento, composição, arranjo, etc. Esse recurso é mencionado como uma forma de ter o trabalho visibilizado e reconhecido, para garantir novas e contínuas oportunidades de atuação. Muitas vezes, então, trabalha-se sem remuneração imediata, mas com a expectativa de um resultado futuro, como aponta o músico Batista: “A gente espera que um dia tenha um retorno financeiro, mas eu espero muito mais um retorno de reconhecimento do que o próprio financeiro agora”.

Isso nos leva à discussão da precariedade da atuação profissional do músico. A renda com atuação via Internet, em geral, para os músicos entrevistados, está longe de suplantar aquela obtida com apresentações ao vivo em eventos musicais diversos ou aulas de música. Para Santana (2020), a transição para o ambiente digital trouxe muitos desafios para os artistas independentes, especialmente no que tange à monetização de seu trabalho. Os serviços de *streaming*, apesar de oferecerem uma plataforma global para a divulgação de suas obras, frequentemente são criticados por não proporcionarem uma remuneração justa.

Seja para ensaiar em conjunto ou transmitir *lives*; seja para produzir música com outros músicos, em áudio e/ou vídeo, utilizando as DAWs; seja para compartilhar a própria performance para incluir em vídeo colaborativo; seja para “subir” a produção musical nas plataformas; seja para criar peças gráficas para divulgar as produções na *timeline* ou no *story*; seja para transmitir aulas e/ou compartilhar cursos de instrumento e teoria musical nas redes sociais; seja para as aulas de música via Internet – se, por um lado, todas essas iniciativas requerem doses de autodidatismo e conhecimentos compartilhados, por outro, também implicam a preocupação em apresentar um trabalho de qualidade. A questão da produção de conteúdo também coloca em jogo uma preocupação com o espaço a ser ocupado pelo músico a partir de agora e a dinâmica da concorrência no ambiente digital. De acordo com o músico Sandro: “O problema é que, como

ficou acessível a todos e qualquer um [o] espaço no meio disso tudo, [a questão é:] como é que tu abres espaço para fazer o sujeito te assistir?”.

Os músicos participantes afirmam que, em certas situações, talvez seja possível quebrar a lógica vertical do consumo existente nas redes sociais, mesmo que isso exija um esforço adicional para ultrapassar as “bolhas” e paulatinamente expandir as audiências potenciais. Podemos, segundo Drica, uma musicista entrevistada, “dividir o mesmo palco com Beyoncé”:

Porque, digamos que eu esteja no mesmo patamar de uma Beyoncé, é um exemplo muito amplo. Mas, se a Beyoncé posta no Instagram, eu também posso postar no Instagram; se ela postar no Spotify, eu também posso postar no Spotify, mas tem de ser eu.

De fato, como afirma Jenkins (2009), com o advento das redes sociais e plataformas de conteúdo gerado pelo usuário, as linhas entre quem cria os conteúdos e quem os consome estão se tornando cada vez mais tênues. No entanto, existe um significativo desequilíbrio de poder. As corporações de mídia e os indivíduos com acesso a recursos e habilidades técnicas avançadas possuem um controle desproporcional sobre o que é produzido e como é distribuído. Por outro lado, consumidores com maior literacia digital e habilidades de comunicação têm agora a capacidade de moldar a cultura de mídia de maneiras que eram impossíveis antes. Esse novo paradigma, embora ofereça oportunidades sem precedentes para a participação ativa e a expressão criativa, também apresenta desafios em termos de equidade e acesso. Como menciona Camila, outra musicista entrevistada, “a gente vai participando de determinadas bolhas, assim, um público muito menor, e tu tens que imaginar que é a tua bolha e tu tens que começar com ela”. Ou seja, podem-se inventar linhas de fuga, possibilidades de romper a lógica da monetização, por vias alternativas àquelas em que prevalece o grande capital de investimento.

Na medida em que têm suas vidas condicionadas pelos imperativos da cultura do empreendedorismo e da cultura digital, constatamos que os músicos transitam por estratégias capilares e muito pessoais para desempenhar suas atividades e conduzir suas carreiras. Queremos dizer que há maneiras de resistência e de evasão das forças hegemônicas econômicas e políticas contemporâneas. Tomamos de empréstimo a metáfora sugerida por Yúdice (2004, p. 320): “dançar com o diabo sem sair queimado”⁵. O músico busca produzir de forma autoral e procura imprimir sua marca e uma identidade própria à sua produção musical, mas simultaneamente precisa encarar o dilema de produzir, quase ininterruptamente, conteúdos consumíveis, em função dos interesses concorrenciais do mercado.

Um último aspecto que por si merece atenção mais aprofundada em outro texto, mas que consideramos importante mencionar, diz respeito à formação dos músicos independentes. Em

2022, um grupo de professores da Universidade Federal de Santa Maria planejou e implantou o curso de extensão "Gestão de processos criativos em música: experiências, tecnologias e ambiente digital". O curso teve 180 horas de duração, divididas em cinco áreas temáticas: a) contextos musicais contemporâneos; b) indústria criativa; c) produção de áudio e vídeo; d) produção de conteúdo nas mídias digitais; e) práticas colaborativas em música. Ao final do curso, os músicos participantes apresentaram o produto audiovisual de uma composição própria para publicação na Internet. Acreditamos que esse tipo de iniciativa possa contribuir para promover o diálogo e o compartilhamento das experiências e dos saberes musicais entre músicos profissionais e a academia, também vindo a suprir uma lacuna na formação dos músicos ao provê-los com instrumentos teórico-metodológicos e conteúdos específicos que lhes permitam ampliar sua gama de habilidades e competências para a atuação profissional.

Referências:

- BELTRAME, J. A. Práticas e aprendizagens de produtores musicais: aspectos de uma educação musical emergente na cultura digital e participativa. **Revista da Abem**, v. 26, n. 41, p. 40-55, jul./dez. 2018.
- BORTOLAZZO, S. F. Das conexões entre cultura digital e educação: pensando a condição digital na sociedade contemporânea. In: **Educação Temática Digital**, Campinas, v.22, n. 2, p. 369-388, 2020.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo : Paz & Terra, 2019.
- CERQUEIRA, A. P. C. de. Paradoxos da atividade artística na narrativa de músicos independentes. Orientadora: Liliana Rolfsen Petrili Segnini. 2017. 233 . Tese (**Doutorado em Educação**) - Universidade Estadual de Campinas, Campinas, São Paulo, 2017.
- FARACO, F. B. Música alternativa brasileira: análise de trajetória. Orientador: Eduardo Vicente. 2020. 230 . Tese (**Doutorado em Meios e Processos Audiovisuais**) - Universidade de São Paulo, São Paulo, São Paulo, 2020.
- HALL, S. **A centralidade da cultura**: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. *Educação & Realidade*, v.22, n.2, p17-46, 1997.
- GADELHA COSTA, S. de S. Governamentalidade neoliberal, Teoria do Capital Humano e Empreendedorismo. In: **Educação e Realidade**, Porto Alegre, 34(2), p. 171-186 mai/ago 2009.
- GALLETTA, T. Cena musical paulistana dos anos 2010 e o “novo artista da música” na produção independente brasileira pós-internet. **Música Popular em Revista**, Campinas, ano 5, v. 2, p. 116-141, jan.-jul. 2018.
- GATTI, V.V.B. Súditos da Rebelião: estrutura de sentimento da Nova MPB (2009-2015). 2015. 291f. **Dissertação de mestrado** (Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.
- JENKINS, H. ET ALLI. **Cultura da convergência**. São Paulo : ALEPH, 2009.
- LARROSA, JORGE. Tecnologias do eu e educação. In: Silva, Tomaz Tadeu (org.). **O sujeito da educação**. Petrópolis: Vozes, 1994, p.35-86.

LAZZARIN, L.F.; LARRUSCAIN, E. O palco como escritório: aprender a ser empreendedor na Vertente da Canção Estudantil de Santana do Livramento-RS. In: In: Marcia Lise Lunardi-Lazzarin; Eliana Menezes; Luís Fernando Lazzarin. (Org.). **Diferença, educação e cultura: ressonâncias na escola contemporânea**. 1ed. Curitiba: Appris, 2018, v. , p. 151-168.

LAZZARIN, L.F.; ALVARES, F.B. A 'escola da vida', o 'aprender na marra' e o empreendedorismo de si: modos de ser músico profissional em Santa Maria -RS. In: Lunardi Lazzarin; Pinheiro; Camatti; Menezes. (Org.). **Experiência, diferença e intersecções: diálogos sobre educação e escola**. 1ed. Santarém: UFOPA, 2022, v. , p. 105-126.

NAKANO, D. A produção independente e a desverticalização da cadeia produtiva da música. **Gest. Prod.**, São Carlos, v. 17, n. 3, p. 627-638, 2010.

REQUIÃO, L. **“Eis aí a Lapa...”**: processos e relações de trabalho do músico nas casas de shows da Lapa. São Paulo: Annablume, 2010.

REQUIÃO, L. Mundo do trabalho e música no capitalismo tardio: entre o reinventar-se e o sair da caixa. *Opus*, v. 26 n. 2, p. 1-25, maio/ago. 2020.

SANTANA, W. N. de. Independente sim, sozinho nunca: a música independente nos anos 2010. Orientadora: Eduardo Nunomura. 2020. 29. Monografia (**Especialização em Mídia, Informação e Cultura.**) - Universidade de São paulo, São Paulo, São Paulo, 2020.

STALDER, F. **Condição digital**: as lógicas maquínica e humana, 2020. Disponível em: http://www.ihu.unisinos.br/images/ihu/2020/eventos/simposio_homo_digitalis/conferencias_pdf/Felix_Stalder.pdf. Acesso em: 24/08/21.

VEIGA-NETO, A. Michel Foucault e os Estudos Culturais. In: COSTA, Marisa Vorraber (org.) **Estudos Culturais em Educação**. Porto Alegre : Editora da UFRGS, 2000, p. 13-36.

VICENTE, E. A vez dos independentes(?): um olhar sobre a produção musical independente do país. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. Dezembro de 2006.

YÚDICE, G. **A conveniência da cultura**. Tradução de Marie Anne Kremer. Belo Horizonte. UFMG. 2004.

Notas:

¹ Doutor em Educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Professor Associado do Centro de Educação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Pesquisador do Grupo de Pesquisa UFSM/CNPq - DEC- Diferença, Educação e Cultura. E-mail: fernando.lazza@gmail.com / <https://orcid.org/0000-0003-4932-8966>

² DAWs (*Digital Audio Workstations*) são *softwares* para produção musical digital que substituíram as mesas de som dos estúdios. São largamente utilizadas pelos músicos entrevistados e oferecem uma plataforma integrada para as etapas sucessivas de produção musical: gravação, mixagem e masterização de áudio. Os *plug-ins* (*softwares* que adicionam funções a programas maiores), por sua vez, expandem as capacidades das DAWs em termos de processamento, enriquecendo a produção musical.

³ Collab Project: projeto colaborativo, envolvendo parcerias estabelecidas entre indivíduos, empresas ou artistas, com o objetivo de trabalhar juntos em um projeto específico, no caso, de produção musical.

⁴ *Endorsement*: No endosso, os músicos ganham acesso a equipamentos de alta qualidade, muitas vezes personalizados conforme suas necessidades, enquanto as marcas se beneficiam da visibilidade e credibilidade que esses artistas proporcionam.

⁵ O autor utiliza essa metáfora em outro sentido, para tratar do tema das identidades culturais e do uso da cultura como recurso e, ao mesmo tempo, do mercado de consumo e da afirmação política.